新媒体时代编辑角色转型的探讨

摘　要：从新媒体的视角来审视当前编辑工作落实的实际情况，正视编辑工作暴露的诸多问题，这是传统媒体行业难以承受时代发展的冲击并制约其进一步良性发展的原因之一。基于此，本文将着重分析和探讨如何在新媒体时代背景下进行编辑角色转型，并在此基础上归纳出适应新媒体运行的可行性意见。

关键词：新媒体时代；编辑角色；转型
中图分类号：G214.1　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）02-108-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.02.026

文 / 苏鹏

新媒体时代背景下，传统媒体行业内编辑工作执行效果不佳，其与编辑工作一直保持固化的工作模式、思维、习惯等有直接的关系。为了改变此种局面，应高度重视并且积极进行编辑角色转型，以便使编辑工作能够符合新媒体时代特点并有效运用新媒体，最终呈现新闻内容精品。

1. 新媒体时代对编辑工作提出的基本要求

伴随着新媒体时代的到来，媒体出版等行业发生了翻天覆地的变化，比如，数字出版等先进技术的应用正在逐渐代替传统技术，使行业方方面面被改变、被创新。加之信息技术快速发展及广泛应用，公众阅读理念、方式、习惯正在改变，使传统媒体遭受新的挑战。为了能够适应新局面、新形势，能够满足新媒体时代对编辑工作提出的要求，主要应做到以下几点：

1.1 具备良好的综合信息处理能力

新媒体传播具有诸多优势，比如信息传播迅速、信息获取容易、提供海量信息等，这就意味着广大民众能够通过互联网门户网站、手机等移动设备来获取或者传播社会信息。这对于编辑工作者来说，能够获取的新闻素材既多又容易。但如何在海量信息之中筛选有价值的信息并对其进行编辑和处理，就需要编辑工作者具备良好的综合信息处理能力，在具体执行编辑工作的过程中能够对信息逐级整理、筛选、分类，以便获得有价值的信息，再通过正规的新媒体平台来传播。

1.2 具备新闻信息表达形式的创新能力

新媒体时代背景下，新闻信息传播形式及表达形式多样化，比如呈现文字、图片、短信息、视频等，这在极大程度上满足了读者多元化的阅读需求，但也对传统媒体较为单一的传播形式提出了挑战。此种情况下，传统媒体应要求编辑工作者具备新闻信息表达形式的创新能力，以便在处理新闻编辑工作的过程中能够创新传播形式，使不同的新闻信息以适合的形式呈现在广大民众面前，满足广大民众的阅读需求。

1.3 具备果敢的研判力和决断能力

新媒体时代下新生成的社会信息能够在第一时间被传播出去，短时间内形成广泛的影响及覆盖范围，这就意味着编辑工作者需要处理海量信息素材及突发事件。为了能够获得具有较高新闻价值的信息，并且保证信息的真实性、及时性、有效性，编辑工作者具备果敢的研判力和决断能力就显得尤为重要。

2. 编辑角色转型的必要性

进入新时期后，新媒体的诞生在客观上加快了网络传播的速度，并且丰富了各领域的信息资源。在目前的现状下，新媒体已经催生了多种门户网站、博客、移动互联网与微博等全新的信息交互方式，显著加快了原有的信息传播速度。由此可以得知，新媒体手段已经渗透在各个生产领域及居民的日常生活。面对媒体交汇与媒体融合的时代背景，媒体行业在目前亟待转变目前的运营方式，结合媒体行业的真实状况探求行业转型的策略。

作为编辑人员来讲，媒体编辑人员在新时期也应当认识到新媒体给自身带来的珍贵转型机遇，在此前提下尝试将编辑日常工作与新媒体手段进行有效融合。具体在目前实践中，编辑人员应当按照角色转型的基本思路来转变现有的日常工作方式与工作心态，确保新媒体能够成为转变编辑角色的推动力。这是由于多数读者在新时期都已经接受了网络化的阅读方式，因此，将会冲击传统的纸质阅读媒介。并且，编辑人员在新时期也要做到重新完成角色定位，从而保持清醒和客观的角色意识。唯有如此，编辑工作人员才能够具备更强的编辑专业能力与更加开阔的视角与思维，进而达到顺利转型的目的。

面对网络化与信息化的基本转型趋势，新媒体目前已经渗透于诸多的领域与行业。作为新时代的专业编辑人员，应当认识到编辑工作的基本职责所在，并且将新媒体手段运用在提升编辑工作的效率上。编辑人员对于职业生涯有必要予以重新规划，在重构自身定位的前提下确保能够正确应对各项日常工作。由此可见，编辑角色转型在目前的新媒体时期具有不可忽视的必要性。

3. 新媒体时代编辑工作存在的问题

立足于现实层面，从新媒体时代的视角来审视和分析传统媒体行业编辑工作的实际情况，不难发现编辑工

作思维、形式及习惯已经固化，这就使编辑工作在新媒体时代冲击下会表现诸多不适应，暴露诸多问题。概括起来，主要变现在以下几个方面：

3.1 对行业发展前景认识不到位

对传统媒体行业发展予以分析，我国传统媒体行业规模虽然庞大，但在新媒体时代到来的今天所面临的竞争态势依然严峻，导致其发展前景不明朗。而客观来说，我们并不能全盘否定传统媒体的发展前景，其还是有很大潜力的。行业从业者应当正确认识传统媒体的发展前景，对整个行业要有信心并为此而努力，共同创造一个美好的未来。

深入了解传统媒体行业编辑工作实际情况，诸多编辑普遍认为，民众对传统媒体的关注程度越来越低，对传统媒体行业发展前景的认识比较模糊，对自身未来的职业发展甚是担忧。由此在编辑工作中常常表现出迷茫、困惑、徘徊等态度，未能强化危机意识，未能认真对待编辑工作，进而对自己及行业创造美好明天的愿景信心不足。

3.2 编辑工作缺乏持续的工作热情

事实上，编辑工作是一项富有创造性的工作，蕴含诸多乐趣，需要编辑保持持续不断的工作热情，并深入挖掘素材，获得有较高新闻价值的信息，同时收获乐趣和成就感。但对以往编辑工作执行情况加以冷静分析，可以看出编辑工作的形式、习惯、模式、思维已经固化，很多编辑直接按照固定模式来处理新闻信息。即便是在新媒体时代信息量巨大的情况下依旧如此，这就导致编辑工作缺乏创新，未能将该项工作的价值淋漓尽致地凸显出来。

3.3 编辑的整体素质及技能有待提升

新媒体时代下诸多新技术、新方法被推出，并广泛应用于各个领域之中，发挥非常重要的作用，这其中就包括媒体行业。对于媒体行业来说，利用新技术、新方法来代替传统技术，势必能够创新并优化新闻媒体的传播，扩大受众群体。但前提条件是编辑能够扎实掌握新技术、新方法，灵活有效并合理地处理新闻信息素材。事实上，通过对编辑及其工作情况予以了解，发现诸多编辑存在知识结构不完善、业务素质不高、专业技能不强等问题，导致其难以正确认识行业发展需求及编辑工作更新的重要性，不能不断学习新技术、新方法，表现出在提升自身整体水平、满足工作要求方面存在欠缺。

4. 探析问题根源

编辑人员目前既要做到准确把控新媒体带来的珍贵机遇，也要做到全方位应对当前挑战。但是截至目前，仍有很多的编辑人员排斥甚至抵触新媒体的融入与渗透，也无法妥善达到自身定位转型的效果。探究其根源，就在于编辑人员自身在新媒体转型认识方面存在欠缺，他们往往仅限于重视自身的工作收入。在此情形下，编辑人员将会很难创造出新颖的作品。具体来讲，目前编辑角色转型受到阻碍的根源主要包含如下几个方面：

首先，编辑工作人员无法做到在短时间内突破既定的工作思维。多数编辑工作者受到传统编辑思路的长期局限，要在短期内达到转型目的，则会面对较大的角色转型难度。并且，传统媒体行业由于欠缺必要的转型思维，很难取得突破性的成就。在多数编辑工作者看来，编辑人员只要能做到应对日常工作就可以了。正因为受到既定思维的影响，造成目前的编辑工作人员局限于既有的固定思维，同时也欠缺全方位的创新思维引进。

其次，编辑工作者在新媒体时期仍然亟待提升综合工作技能与素养。新媒体环境在客观上带来了全新的编辑工作氛围，面对现阶段的转变，编辑工作人员就要致力于不断学习，确保对于该领域的新知识与新技术进行全方位的掌握。但从现状来看，多数编辑人员并未能达到应有的创新思维与认识。在此前提下，编辑工作人员很可能会忽视自身的综合素养提升，编辑工作者在面对计算机技术与其它技术编辑手段时，如果无法进行有效应对，那么将会遇到较多的障碍与难题。

再次，编辑工作人员欠缺必要的创新激情与创新兴趣。工作激情与工作兴趣构成了编辑角色转型的核心前提。然而实质上，目前多数的编辑人员无法激发自身的创新热情，并且在面对角色转型时也抱有忽视的心态。究其根源，在于编辑人员不重视全面与科学的自身价值认识，因此忽视自身的岗位价值。例如，在应对全新的媒体环境时，编辑人员由于保持固有的工作思路则可能会面临多种阻碍。

5. 新媒体时代编辑角色转型的正确做法

面对新媒体时代下编辑工作存在诸多问题的情况，应当积极推进编辑角色转型，使之能够尽快适应新媒体时代并为编辑工作努力，共同缔造美好明天。那么，如何做到这一点呢？笔者参考相关资料并总结自身工作经验，提出建议如下

5.1 丰富新媒体的编辑力

综合分析新媒体时代下民众新闻信息阅览情况，不难发现民众更侧重于有内容的新闻信息。所以，编辑应当坚持“以内容为王”的宗旨，充分整合和调动各种资源来进行内容编辑，而要想做到这一点，需要编辑具有丰富的新媒体编辑力。也就是在新媒体时代下编辑要保留自己的专业特长，同时通过学习或者别的途径来增强其它方面的技能、能力等，以便在处理编辑工作的过程中能够充分发挥自身的专业特长，有效地运用新媒体，打造专项新闻内容或者原创新闻内容等，增强新闻的可读性。编辑还应注意在新媒体出版环境下培养和强化自身的技术能力，也就是积极学习新技术、新方法，以便在执行编辑工作中能够对新闻内容予以数字化处理，获得文本形式、音频形式、Flash 形式和影视形式等不同文本格式的新闻内容，并通过不同渠道呈现在民众面前，满足民众的阅读需求。

在目前看来，新时期编辑的基本职责就在于发掘全新的公众需求，并且积极探求全新的社交网站与论坛等媒介。编辑专业人员需要做到在根本上转变自身的角色认识，通过挖掘新颖和深刻的话题来增强编辑内容对于

受众的吸引力。同时，新时期编辑也要大胆尝试进行思维转变，从而做到全面培养逆向性、发散性以及辩证性的全新思维方式。具体在创作新颖的编辑作品时，关键在于体现多样化的编辑创作形式。在此基础上，编辑人员还要尽快接受目前全新的阅读方式，确保自身能够迅速适应当前的新媒体环境。

5.2 强化数据内容产品的经营力

改变编辑工作固定的模式、思维、习惯等方面，从市场需求的角度来编辑新闻内容，才能保证新闻内容受到民众的青睐，使传统媒体占据更大的市场份额。当然，要想真正做到这一点，需要对编辑角色予以转型，使之具有极强的数据内容产品的经营力，也就是编辑应深入研究与实施新媒体营销模式。因人们阅读方式和习惯已经发生改变，为了能够适应人们的这种改变，编辑应当正确认识到，仅呈现满足传统阅读习惯的新闻内容已难以受到民众的认可，所以应了解新媒体的特性，深入研究影响民众阅读方式变化的因素，并以此为依据来合理策划新闻内容及宣传方案；编辑还应注意提升自身的营销能力，因新媒体时代出版营销多元化，为了能够适应这一情况，编辑应将新媒体时代下多元出版营销作为中心，合理编辑新闻内容，以便通过微博营销、网站营销、微信营销等方式来传播新闻内容。

目前，在某些编辑工作人员看来，编辑人员只要能做到灵活运用新媒体手段就可以了，至于编辑基本技能则不必给予过多重视。然而，此种思维在实践中具有较为明显的偏差。这是由于，编辑人员不仅有必要将新媒体手段渗透在自身的日常编辑工作中，同时更加需要强化自身的综合专业素养，对于编辑专业技能做到全面的提升与增强。在日常工作的具体实践中，新时期编辑应当致力于创新各类编辑作品，并且尝试将新颖的编辑工作思路融入作品中。只有这样，编辑作品才能具有更强的受众吸引力。

5.3 提升运用新媒体的创新力

新媒体时代下编辑角色转型，还应注意提升自身运用新媒体的创新力，也就是在执行编辑工作的过程中应根据不同信息点击量而合理地选题，推出新颖、独特、有吸引力的题材，在此基础上策划新闻内容，以此来增强新闻内容的竞争力。除此之外，编辑还应注重不断提升自身的创新能力，在编辑工作中不断碰撞出思想火花，提出好创意、好点子，打造受众需求的、新颖的精品，这样做才能够得到民众的广泛认同。

新时期编辑面对海量的数字产品与数字信息内容，理应做到全面予以整合。面对目前的媒体转型趋势，作为编辑专业人员，就是要力求做到有效整合并且全面掌控数字产品，从而做到循序渐进地转变纸质阅读的惯性思路。这是因为，公众在现阶段已经能够接受新媒体作为全新的日常阅读方式，与新媒体方式相比，纸质阅读方式正在逐渐被淡化。编辑工作人员如果要保证新媒体形式的新颖作品能够被受众喜爱，则必须致力于转变编辑思路。因此，如果要从容应对编辑领域的转型挑战，那么侧重点就在于整合与掌控全新的数字作品内容。

结语

经过本文一系列分析，新媒体时代的到来给传统媒体行业带来了极大的冲击，使传统媒体行业面临新的挑战和机遇。此种情况下，为了能够促进传统媒体行业良性发展，应当正确认识新媒体时代对编辑工作提出的基本要求，具备良好的综合信息处理能力、具备新闻信息表达形式的创新能力、具备果敢的研判力和决断能力等。但遗憾的是，编辑工作难以满足要求，而且暴露诸多问题，比如对行业发展前景认识不到位、编辑工作缺乏持续的工作热情、编辑的整体素质及技能有待提升等。对此，应积极推进编辑角色转型，丰富编辑新媒体的编辑力、强化编辑数据内容产品的经营力、提升编辑运用新媒体的创新力，这样势必能够使编辑工作适应新媒体时代，为民众呈现具有极高阅读价值的新闻内容，由此推动传统媒体行业良性发展。媒

参考文献

[1] 闫泥红 . 新媒体时代电视编辑的角色转型与功能拓展 [J]. 中国传媒科技，2018（8）：78-79.
[2] 潘丽艳 . 新媒体时代编辑角色的转型 [J]. 新闻传播，2018（2）：72-73.
[3] 轩冠男 . 新媒体时代新闻编辑的角色创新与有效转型 [J]. 中国传媒科技，2018（1）：100-101.
[4] 王钟笛 . 新媒体时代新闻编辑的角色定位和转型 [J]. 传媒论坛，2018，1（1）：61.
[5] 郑可欣 . 新媒体时代新闻编辑的角色定位与转型 [J]. 记者观察，2018（5）：128.
[6] 梁燕飞 . 新媒体时代编辑角色转型探析 [J]. 新闻研究导刊，2016（8）：251.
[7] 杨江科杰，熊志华 . 新媒体时代下新闻编辑的角色定位及发展转型 [J]. 今日财富（中国知识产权），2017（8）.
[8] 葛奕霏 . 论新媒体编辑的现状与提升途径 [J]. 传播力研究，2018，2（29）：102-103.
[9] 梁艳芝 . 论新媒体时代新闻编辑的角色定位与转型 [J]. 传播力研究，2018，2（25）：131.
[10] 李昂 . 新媒体时代广播编辑角色定位及转型策略 [J]. 中国报业，2018（12）：89.
[11] 李檀 . 新媒体时代电视编辑角色转型与功能拓展 [J]. 传播力研究，2017，1（9）：99.

（作者单位：太原广播电视报社）